

Gabi:

Boa tarde, pessoal. Aqui quem fala é a Gabi do RI. Sejam bem-vindos ao webcast resultados da Sinqia referente ao 1T21. Estão presentes conosco: Bernardo Gomes, Diretor Presidente; Leo Monte, Diretor de Marketing e Inovação; e Thiago Rocha, Diretor Financeiro e de Relação com Investidores.

Informamos que os participantes estarão apenas ouvindo a apresentação. Mande as perguntas pelo chat da plataforma e, em seguida, iniciaremos a sessão de perguntas e respostas. A seleção dos slides será controlada pelos senhores. Lembro que todos os materiais estão disponíveis no endereço eletrônico ri.sinqia.com.br.

Agora passo a palavra ao Bernardo, que iniciará a apresentação. Por favor Bernardo, pode prosseguir.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Gabi. Obrigado, pessoal. Sejam bem-vindos à nossa apresentação de resultados do 1T21. Eu vou iniciar pelo slide número 2, onde ressalto que nós não poderíamos ter começado melhor este ano. Temos excelentes resultados a serem reportados, recordes e vários destaques da operação que iremos detalhar aqui durante a nossa apresentação.

Começo pelo desempenho financeiro, onde mostramos a receita recorrente anual recorde de R\$ 227 milhões, um crescimento de 55% em relação ao mesmo período do ano anterior, uma receita líquida que também foi recorde, R\$ 68 milhões, 40% a mais do que no 1T20.

E quando fazemos a receita proforma considerando todas as aquisições que nós fizemos no final do ano passado mais as duas já feitas no início deste ano, atingimos uma receita líquida proforma de R\$ 81,4 milhões, que é um crescimento de 67% em relação ao 1T20. A receita recorrente também foi recorde, R\$ 62 milhões, 51% acima do 1T20 e superando a casa dos 90% de recorrência, em 91,1% de recorrência um índice impressionante que nos deixou bastante satisfeitos.

O EBITDA ajustado também foi mais um recorde de R\$ 12,4 milhões, uma margem de 18,2%, e esse EBITDA foi quatro vezes superior ao que tínhamos reportado no 1T20. Aqui à direita do slide eu falo de alguns destaques que iremos procurar desenvolver ao longo da apresentação, mas são eles: as duas aquisições que fizemos no primeiro trimestre deste ano e, com essas duas aquisições, já conseguimos utilizar 72% dos recursos que nós captamos na oferta feita em 2019. Então estamos bastante satisfeitos, em linha com nosso planejamento de sequência das aquisições e de dispêndio desses recursos.

Com essas aquisições, inauguramos uma nova unidade de negócios, a Sinqia Digital, que visa atender com produtos que promovem a transformação digital dos nossos clientes em todos os segmentos, então é uma nova forma da Sinqia colaborar com a transformação digital dos nossos clientes.

Nós também implementamos o primeiro cliente de pagamentos como o PSTI do Banco Central neste 1T, avançamos bastante com a nossa estratégia de open banking que iremos detalhar um pouco mais a frente. Obtivemos os primeiros resultados dos

Investidores/Investors

investimentos feitos em startups através da Darwin no Batch #8, iremos detalhar estes resultados; também já partimos para uma nova fase de investimentos. Investimos através do Batch #9 em novas startups que vão beneficiar cada vez mais os nossos resultados em inovação e em novos negócios para a Sinqia.

Bem, anunciamos neste 1T uma parceria com o Distrito, que passa a ser mais uma fonte para que estejamos próximos a todo o movimento de inovação e startups do nosso mercado. Vou passar a palavra agora para o Leo, que vai falar um pouco sobre a inovação e alguns desses destaques que eu mencionei aqui. Leo, é com você.

Leo Monte:

Obrigado, Bernardo. Boa tarde a todos. Realmente, tivemos um trimestre marcado por grandes avanços em relação às questões de inovação. Mas isso também está muito em linha com os avanços e as transformações que o mercado vem, e a Sinqia não vai ficar de fora desse movimento. Ela não vai só acompanhar, mas ela também pretende liderar e fazer parte de todas essas transformações.

Em linha disso, o 1T foi marcado muito por conta desses avanços que nós tivemos, da estratégia de pesquisa e desenvolvimento e também de inovação. Indo para o slide 4 isso fica mais claro quando mostramos que o resultado desses investimentos está começando a aparecer.

Nós tivemos uma ampliação no 1T de mais de 44% em investimentos em P&D, todo esse investimento muito focado em todas essas (FALHA NO ÁUDIO).

Gabi: Senhores pedimos desculpas pela falha e passarei a palavra ao Thiago Rocha, que dará continuidade à apresentação.

Thiago Rocha:

Obrigado, Gabi. Boa tarde, pessoal, bom falar com vocês de novo. Eu peço desculpas aqui pelo problema técnico que tivemos. Tecnologia é complicado. Vou substituir o Leo por alguns instantes e, se ele se juntar a nós novamente, eu devolvo a palavra a ele.

Só para retomar o ponto aqui, este 1T foi um trimestre bastante importante para nós a frente de P&D. Continuamos intensificando os investimentos em pesquisa e desenvolvimento, visando a criação de novos produtos, visando a atualização dos novos produtos, e tivemos alguns resultados bastante interessantes. Os investimentos em P&D foram ampliados em 44% neste 1T em comparação com o mesmo período do ano anterior, e eu destaco que viemos conduzindo várias iniciativas paralelas com o objetivo de acelerar a nossa estratégia de SaaS.

Nós temos um portfólio amplo de produtos, muitos desses produtos vieram de aquisições, temos nos dedicado muito ao longo dos últimos trimestres para fazer com que todos eles caminhem para o estado da arte em termo de tecnologia, com uma entrega totalmente em cloud, modelo de precificação totalmente SaaS, e esse é um dos principais avanços que tivemos neste trimestre.

Além disso, temos uma entrega bastante interessante que é um novo produto e um novo modelo de negócio por meio da prestação de serviços de tecnologia, o PSTI, homologado pelo BACEN. Hoje existem sete empresas no Brasil que são homologadas

pelo banco central, e a Sinqia é uma dessas sete. Havíamos sido homologados lá em 2019 e, neste 1T21, conseguimos implantar o primeiro cliente ainda de um produto de SPB na modalidade PSTI.

Por que isso é importante? Porque é uma modalidade que nos permite ter um produto único, totalmente na nuvem e com uma precificação baseada em transações. Cada vez que um cliente do nosso cliente faz uma transação de pagamento, a Sinqia recebe alguns centavos por isso. E entramos agora no 2T de 2021 com mais um avanço que já está acontecendo, que é a implementação do primeiro cliente de PIX PSTI, isso também tende a ser uma nova vertente de crescimento a partir de agora, com potencial enorme.

Já temos onze clientes novos em implantação, e a nossa busca aqui é por capturar uma parcela cada vez maior, dos mais de 500 clientes Sinqia com a nossa oferta de PSTI.

Passando agora para o slide número 5, também viemos estruturando a nossa oferta de open banking, da mesma forma que os dois últimos anos aqui no Brasil foram um período de mudança muito intensa, na legislação de pagamentos, e em 2021 o open banking é a bola da vez, temos neste trimestre uma entrega bastante interessante, uma nova oferta de produtos e serviços no mercado, totalmente focada no cliente que precisa se adaptar a essa nova realidade de open banking.

É uma oferta que está composta por três produtos diferentes: primeiro um produto de consultoria que é mais direcionado para ajudar os nossos clientes a fazer essa mudança regulatória, ou se adaptar a essa mudança que está acontecendo no mercado financeiro; uma segunda oferta mais relacionada ao produto, passando pela adequação tecnológica de todo o ambiente do nosso cliente para que ele esteja preparado para aproveitar as oportunidades que o mundo do open banking vai trazer para toda essa cadeia de serviços financeiros; e, por fim, produtos relacionados à inovação, ou seja, a conexão entre a Sinqia, os nossos clientes, as startups investidas pela Sinqia, visando construir um ecossistema aberto bastante poderoso, bastante robusto para que consigamos fomentar a inovação no mercado financeiro e, obviamente, a Sinqia protagonizar todo esse movimento a partir de 2021.

Passando agora para o slide 6, também tivemos neste 1T um amadurecimento bastante importante na nossa estratégia de inovação aberta. Neste momento, temos mais de vinte startups investidas por meio das várias iniciativas que estão sendo conduzidas pelo nosso time de inovação, e só lembrando aqui: algumas das teses em que viemos trabalhando ao longo desse período foram as teses de inteligência artificial no Bank as a Service e as plataformas de crédito, pagamentos e recebíveis que são complementares ao nosso negócio.

Então, já fizemos de forma direta vinte investimentos, temos mais de noventa startups no pipeline do nosso CVC e joint ventures neste momento. E, como o Bernardo disse há pouco, uma das principais iniciativas que tivemos ao longo deste 1T foi o Batch #9 da Darwin Startups.

Nesse Batch #9, seis empresas foram selecionadas, tivemos participação no Bet e gostamos muito do resultado dessa seleção. Algumas dessas startups tiveram uma conexão gigante com o negócio da Sinqia e isso nos deixa bastante animados para que, com o tempo, consigamos criar um pipeline de empresas que venham a compor o ecossistema Sinqia e, eventualmente, se tornar alvos de M&A no futuro.

Eu queria só confirmar se o Leo já está na linha e se ele gostaria de reassumir a apresentação.

Leo Monte:

Voltei Thiago, obrigado. Eu acredito que você abordou todos os pontos, eu só queria reforçar essa questão do Sandbox. O objetivo é justamente construirmos esse ecossistema, plugar isso em um espaço onde queremos fomentar a inovação aberta, nós queremos que as empresas construam novos produtos.

A Sinqia vai utilizar esse arcabouço tecnológico também para acelerar alguns produtos. Esse é nosso grande objetivo, trazer esses ativos e não só consumi-los, mas também entrega-los para fomentar a inovação do segmento financeiro. E também falar um pouco sobre a Distrito, que foi a parceria que nós firmamos neste trimestre pautado nesse relacionamento com o ecossistema e com objetivo de não só ter acesso a toda a camada de inteligência relacionada às fintechs, ao mercado, aos investimentos, mas também entendemos que em conjunto nós podemos liderar as transformações das inovações do mercado financeiro.

Thiago Rocha:

Obrigado, Leo. Se você puder comentar um pouco sobre o Distrito, eu ainda não falei sobre isso. Acho que vale a pena.

Leo Monte:

Sim, o Distrito é um dos principais Hubs de startups do Brasil. Junto com isso eles têm uma plataforma de inteligência de mercado, então hoje eles são os principais catalisadores de todas as informações de tudo o que acontece relacionado as startups de vários segmentos, como *health techs* e *retail techs*, e nós nos aproximamos justamente para poder não só ter acesso a essa inteligência de mercado, mas ter acesso às fintechs, ao mapeamento das fintechs, algo que está acontecendo em tempo real com as fintechs, sejam lançamentos, sejam aportes, mas também a ideia aqui é juntos criarmos várias ações de transformação para fomentar e educar o mercado em relação às inovações do nosso setor, do mercado financeiro.

Thiago Rocha:

Obrigado, Leo. Agora, pessoal, passando para o assunto M&A, este primeiro trimestre foi um trimestre bastante movimentado para nós, bem interessante. Anunciamos duas aquisições que, na minha opinião, são duas das aquisições mais legais que já fizemos em quinze anos de consolidação do nosso mercado. Gostaria de comentar um pouco sobre cada uma delas e, na sequência, vou falar sobre como elas se combinam e como elas impactam o nosso negócio daqui para a frente.

Então, começando pelo slide 8, adquirimos a Sinqia. A Sinqia é uma especialista em *onboarding* digital, vou explicar um pouco para quem não conhece: a relevância é que nós trazemos um novo produto de *onboarding* digital, e esse produto faz todo o ciclo de entrada de um novo cliente, ou venda de um novo produto financeiro dentro de uma instituição financeira, de forma automática.

Então, só para dar um exemplo, imagina que o Leo vai abrir uma conta em um banco digital. O Leo vai entrar no site ou no app desse banco digital, preencher um formulário com algumas informações, enviar uma selfie, enviar a geolocalização, enviar uma imagem dos documentos dele e, depois disso, esse banco vai capturar todas essas informações, consultar algumas bases de dados, revistas restritivas e, ao final do processo, dizer o seguinte: pode abrir a conta do Leo porque o Leo é um cara legal e ele será um bom cliente.

Então, a solução de *onboarding* digital na Sinqia é capaz de automatizar mais de 90% dos *onboardings* feitos em uma instituição financeira. Até alguns anos atrás, ainda existiam instituições financeiras supostamente digitais que faziam essa captura de forma eletrônica, mas todo o back era manual com pessoas capturando e tratando as informações. E a solução da Sinqia vem automatizar todo esse processo, que melhora muito a experiência do cliente.

Existem bancos que usam a solução da Simply e conseguem abrir uma conta digital para seu cliente final em alguns minutos, quatro minutos, no caso. Além de melhorar a experiência do cliente, esse tipo de solução reduz muito o custo da instituição financeira, então estamos bastante animados com o impacto que esse produto pode ter para os nossos clientes.

Além de adicionar esse produto, nós adicionamos mais cinquenta clientes, como bancos digitais e fintechs, principalmente. Ampliamos a relevância do modelo SaaS. A Sinqia é uma empresa praticamente 100% SaaS, com entrega da solução na nuvem, com um modelo de precipitação baseado em transações, ou seja, cada vez que alguém abre uma conta digital, em que o cliente é da Sinqia, ela recebe alguns centavos por isso, o que dá uma dinâmica de crescimento e de estabilidade muito legal.

E na linha de baixo podemos ter alguns dos principais números dessa empresa. Ela teve uma receita de R\$ 17,9 milhões no ano de 2020, um crescimento expressivo de 53% em comparação com o ano anterior. Ela reportou um EBITDA de R\$ 6,6 milhões e uma margem EBITDA de 37%, então percebam que é uma empresa bastante interessante do ponto de vista de crescimento e lucratividade.

Agora, falando um pouco da transação, no quadro à direita, foi uma aquisição com 100% do capital, pelo valor inicial de R\$ 52 milhões. Esse valor inicial tem dois componentes: o primeiro é uma parcela à vista, em dinheiro, de R\$ 34 milhões, e o segundo foi uma parcela à vista, em ações, de R\$ 22 milhões de reais, o que significa 39% do valor inicial.

Os empreendedores da Simply estão embarcando no nosso projeto e hoje já são acionistas importantes da Sinqia, totalmente alinhados com o nosso projeto de crescimento.

E, por fim, nós temos um *earnout* de até R\$ 12 milhões, sujeito a metas de receita nos anos de 2021, 2022 e 2023.

Passando agora para o slide 9, eu queria falar um pouco da FEPWeb, que também é uma aquisição muito legal, uma empresa de referência no mundo de assinatura digital. Ela traz duas soluções principais, a primeira é uma solução que chamamos de firmas e poderes, que controla todas as assinaturas que são feitas por uma instituição financeira. Uma assinatura, por exemplo, quando ela está vendendo um produto de conta corrente,

um fundo de investimento, um produto de crédito, qualquer tipo de transação formalizada por uma instituição financeira.

Então, é uma solução que organiza as firmas e os poderes e, além disso, permite a assinatura digital. Toda vez que um cliente de uma instituição financeira precisa assinar um contrato com essa instituição financeira, dá para fazer isso por meio da plataforma da FEPWeb. São 55 novos clientes, também aqui um destaque para bancos digitais e bancos globais com atuação no Brasil. Inclusive, a FEPWeb atende a 13 dos 20 maiores bancos do mundo, o que é muito legal.

Nós também ampliamos a relevância do modelo SaaS em uma empresa que recebe alguns centavos a cada vez que um cliente assina um contrato com o seu cliente final.

E, na linha de baixo, podemos ver alguns números da FEPWeb; uma receita líquida de R\$ 2,8 milhões no ano passado, crescendo 33% ano contra ano, um EBITDA ajustado de R\$ 8 milhões e uma margem EBITDA impressionante de praticamente 63%.

Falando, agora, da transação, no quadro à direita, compramos 60% da FEPWeb até este momento, pelo valor inicial de R\$ 38,4 milhões, o que significa um valor já implícito de R\$ 64 milhões por 100%, com dois componentes: uma parcela à vista de R\$ 23 milhões, em dinheiro, e uma parcela à vista em ações de R\$ 15,4 milhões, representando 40% do valor da transação.

Assim como no caso anterior, aqui os empreendedores já são acionistas da Sinqia e estão totalmente alinhados com o nosso plano de crescimento. Com relação aos 40% remanescentes, nós temos uma opção de compra vinculada a metas de receita e margem em 2024.

Os múltiplos estão pré-estabelecidos, são múltiplos inferiores aos dos primeiros 60% adquiridos e eles variam em função do patamar de receita de margem que a empresa entregar nos próximos anos, então a segunda etapa da transação tende a ser até mais atrativa do que a primeira etapa, na nossa visão.

Passando agora para o slide 10, essas duas empresas estão se combinando em uma nova unidade de negócio chamada Sinqia Digital, como o Bernardo disse. Quais são as características dessa nova unidade de negócios? Primeiro: são produtos que possuem uma demanda latente, ou seja, são necessidades novas dos nossos clientes que foram intensificadas pela migração da transação do mundo físico para o mundo digital, principalmente nos últimos doze meses, com a pandemia.

Segunda característica: são produtos horizontais; eles atendem tanto a bancos quanto a fundos, previdência, consórcio, e até outras verticais que atualmente ainda não são atendidas pela Sinqia. E isso significa um potencial enorme de crescimento, sendo que nós já temos casos de usos comprovados em todas as verticais, inclusive fora dessas verticais, em alguns mercados bem interessantes como, por exemplo, pagamentos de seguros, que têm tudo a ver conosco.

A terceira característica interessante é que essa nova unidade já nasce com um conjunto de clientes muito legal. Vou dar alguns nomes aqui, não quero ser exaustivo, mas só para vocês terem uma ideia: Agibank, BMG Digital, BS2, BTG Digital, C6, Digio, Inter, ModalMais Original, Pan, XP, ou seja, praticamente todos os principais bancos digitais e corretoras digitais do nosso mercado, o que é muito legal.

E, por fim, a quarta característica dessa unidade é o modelo SaaS, que tem uma entrega totalmente na nuvem, precificação *paperuse*, o que vai resultar, certamente, em um crescimento escalável junto com o negócio dos nossos clientes. Por consequência dessas características, nós estamos vendo que esse negócio imprimiu uma dinâmica muito diferenciável no 1T. As duas empresas combinadas apresentaram uma receita líquida de R\$ 9 milhões, com crescimento expressivo de 59% em comparação com o mesmo período do ano anterior, e uma margem rígida substancial de quase 50% também, considerando, por enquanto, só essas duas empresas.

E, por fim, eu queria lembrar que esses números ainda não estão aparecendo aqui, no resultado do 1T. Aconteceu só em abril, portanto vocês vão chegar a isso impactando o nosso resultado a partir do 2T.

Passando agora para o slide 11, nessa seção eu concluo dizendo que tivemos um progresso relevante no nosso plano de consolidação. À esquerda, vocês podem ver o burndown de uso dos recursos do follow-on. Nós levantamos R\$ 363 milhões no 3T de 2019, e já comprometemos 72% desse valor com cinco aquisições realizadas nos últimos oito meses, então depois de um pequeno atraso no começo da pandemia, nós conseguimos alcançar o nosso objetivo de uso de recursos.

Na verdade, conseguimos superar o nosso objetivo, e hoje nós acreditamos que a destinação de 100% dos recursos do follow-on vai acontecer antes dos três anos por que esperávamos inicialmente. Mas não é só isso, acho que tem outra coisa muito legal: nós superamos o objetivo sem comprometer a disciplina estratégica e financeira que são marcas da Sinqia, quem conhece a Sinqia sabe disso.

A Sinqia é muito disciplinada como empresa consolidadora. Nós entregamos cinco aquisições super aderentes à nossa estratégia e pagamos um múltiplo adequado em todas elas. Estou falando de Tree, que expandiu a nossa oferta no mercado de bancos com a solução de compra e câmbio, da Fromtis no mercado de FIDC, da Itaú Soluções Previdenciárias, no mercado de previdência, e agora a Simply e FEPWeb compoem a Sinqia Digital.

Passando agora para os resultados financeiros, no slide 13 mostramos um pouco da ARR Software, que alcançou um novo recorde de R\$ 227,2 milhões, principalmente por conta do desempenho inorgânico. Na comparação com o 4T20, tivemos uma adição total de R\$ 51,9 milhões, ou 29.7%, devido a consolidação da ARR e da ISP e, na comparação com o 1T20, nós tivemos uma adição total de R\$ 80,3 milhões, ou 54.7%, devido a consolidação da ISP e também da Fromtis e da Tree, que foram adquiridas no trimestre passado.

Ainda em comparação com o 1T, tivemos uma adição orgânica de R\$ 13,8 milhões, o que significa 9.4% de crescimento. Isso mostra uma leve aceleração na conta, porque no começo de 2020 tivemos um *churn* expressivo, que não se repetiu nos trimestres seguintes. Então, por consequência, estamos mais uma vez próximos de um crescimento orgânico de dois dígitos em software, e esperamos que ele seja facilitado pelo enorme potencial de *cross-sell* que vem com essas últimas aquisições.

Passando agora para o slide 14, a receita líquida total alcançou um novo recorde de R\$ 68,2 milhões, um crescimento de 40%, com um desempenho muito bom nas duas unidades de negócio. No software, tivemos um recorde de R\$ 51,3 milhões, um

crescimento de 47%, e aconteceu um avanço muito bom nas receitas de substituição e um leve declínio nas receitas de implantação.

Essas variações no sentido contrário refletem o aprimoramento do nosso modelo comercial. Os novos clientes passam a pagar a subscrição na assinatura do contrato e não mais na instalação do software, e eles são isentos da taxa de implantação. Ou seja, estamos procurando reduzir o custo de troca percebido pelo nosso cliente.

Esse crescimento de software, eu destaco as verticais de fundos e bancos, que estão em um momento muito favorável pela entrada de novas instituições, de novos players nesses mercados.

E com relação a nosso serviço, tivemos um recorde de R\$ 17 milhões, um crescimento de 24%, um avanço muito forte em serviços gerenciados e no desenvolvimento de soluções customizadas também. Nós continuamos observando muita demanda por serviços de transformação digital no setor financeiro, especialmente em bancos médios e seguradoras.

No gráfico à direita, a receita recorrente alcançou recorde de R\$ 61 milhões, um crescimento de 51%, e passou a representar 91% da receita líquida, um aumento de 6.4 p.p. e, como o Bernardo falou, esse é o maior percentual de receita recorrente da história da companhia.

Gostaria de chamar atenção também para o fato de que este é o sétimo semestre consecutivo de ampliação da recorrência, confirmando que a mudança no modelo comercial promovida há alguns semestres gerou os resultados esperados em termo de aumento de vendas e também de melhoria do mix.

Passando agora para o slide 15, à esquerda do produto total, alcançou o recorde de R\$ 25,3 milhões, um crescimento de 60%, com margem bruta de 37%, um aumento de 4.6 p.p.. Também houve uma evolução positiva nos dois negócios. No gráfico ao centro, o negócio de software alcançou um recorde de R\$ 20,7 milhões, um crescimento de 60%, com margem bruta de 40.5, um aumento de 3.3 p.p., e esse resultado melhorou mesmo com o avanço nos investimentos em P&D que o Leo comentou há pouco.

Estamos comprometidos com esse avanço para acelerar ainda mais a integração e a atualização dos nossos produtos atuais, e também o desenvolvimento de produtos novos.

Mas a boa notícia é que não enxergamos nenhum impacto relevante na margem porque esses investimentos em P&D estão sendo diminuídos em mais receita e estão sendo compensados também por um ganho de eficiência na sustentação.

E à direita, em serviços, alcançamos o recorde de R\$ 4,5 milhões, um crescimento de 64%, com margem bruta de 26,5%, um aumento de 6,3 p.p.. Esse resultado melhorou também com a mudança de mix, aconteceu um ganho de representatividade dos serviços gerenciados em que nós não apenas fornecemos a equipe, mas também a gerenciamos para o nosso cliente facilitando a vida dele. E esse serviço tem um valor agregado maior e, conseqüentemente, uma margem mais alta.

Passando agora para o slide 16, as despesas continuaram sob controle; à esquerda, vemos a despesa total de R\$ 12,8 milhões, um aumento de só 3%, e consolidamos as

despesas das três aquisições, Tree, Fromtis e ISP. Mesmo assim, conseguimos entregar um aumento de despesas muito inferior ao crescimento da receita, e também inferior à inflação nesse período.

Isso mostra que nós temos sido capazes de integrar as aquisições com cada vez mais eficiência e velocidade. No gráfico ao centro podemos ver as despesas comerciais de marketing, que foram de R\$ 3,7 milhões, uma diminuição de 10%, e essa diminuição aconteceu justamente por conta da diminuição das despesas com viagens e estadias, por causa da pandemia. Mas o nosso time se adaptou super bem, está entregando um volume de verbas crescente trabalhando no modelo remoto.

No gráfico à direita, as despesas gerais e administrativas totalizaram R\$ 9,1 milhões, um aumento de 10%, sendo que tivemos um aumento relevante nas despesas com M&A, que são, sobretudo, não-recorrentes, refletindo o maior volume de transações em andamento; mas, por outro lado, tivemos uma reversão de provisão para contingências que acaba compensando esse efeito, além de uma diminuição das despesas com TI e *facilities*, e reclassificação de despesas para a linha de amortização, seguindo o IFRS 16.

E, por consequência de tudo isso, no slide 17 mostramos o maior limite e a maior margem da nossa história, o limite recorde de R\$ 12,4 milhões, um crescimento de mais de três vezes, com margem de 18.2%, um aumento de 11.2 p.p. e, como eu disse, essa é a melhor margem já reportada pela Sinqia em toda a sua história. Gostaria de ressaltar aqui que todos os anos o 1T tem uma sazonalidade desfavorável, pois é um trimestre em que temos receitas variáveis menores, custos com pessoal um pouco maiores, no caso do dissídio em São Paulo, na virada do ano.

Por essa razão, interpretamos essa margem recorde em um 1T como uma confirmação da tendência de ganho de lucratividade, sinalizando que 2021 tende a ser um ano muito bom para a Sinqia.

Passando agora para o slide 18, nosso balanço continua sólido, mas talvez a principal mensagem aqui seja que nós temos tanta oportunidade no pipeline de M&A que é possível que venhamos reforçar esse balanço em breve para dar conta de todas essas oportunidades.

Nosso caixa bruto fechou em R\$ 234 milhões, uma redução de R\$ 87 milhões, porque pagamos a parcela à vista da aquisição da ISP e também recomparamos ações da tesouraria, sendo que parte dessas ações recompradas já foi usada quando nós fechamos as aquisições da Simply e da FEPWeb em abril.

A dívida bruta foi de R\$ 127,3 milhões, um aumento de R\$ 43,9 milhões, porque somamos aqui à dívida bruta a parcela a prazo da aquisição da ISP e, por consequência, alcançamos um caixa líquido de R\$ 106,7 milhões, uma redução de R\$ 131 milhões.

Olhando para o nosso balanço ajustado, assumindo também na conta as aquisições da Simply e da FEPWeb em abril, nosso caixa líquido ajustado está mais próximo de R\$ 49,7 milhões. Portanto, ainda temos espaço para fazermos mais aquisições. Mas, como eu disse, temos tanta oportunidade no nosso pipeline, e o andamento das conversas neste momento é tão positivo que é possível que precisemos, em breve, depositar esses valores para aproveitar as oportunidades.

Ainda não há nenhuma decisão concreta sobre isso, mas provavelmente escolheremos um caminho de aumento da alavancagem para maximizar a geração de valor dos nossos acionistas.

E agora gostaria de devolver a palavra para o Bernardo concluir a apresentação.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Thiago. Vamos passar agora para o último slide da apresentação antes das perguntas e respostas, que é o slide 19. E aqui gostaria de reforçar que acabamos de enxergar os excelentes resultados que tivemos no 1T21, porém reforçar que já somos, hoje, muito maiores e melhores do que estamos vendo.

Depois de fazer cinco aquisições em oito meses, é como se estivéssemos olhando os resultados do passado, do retrovisor. E hoje já somos vitoriosos. Como exemplo, na receita líquida, em 2020 reportamos R\$ 210 milhões de receita líquida anual. Neste 1T, se analisarmos a receita líquida dos três meses teremos R\$ 273 milhões, mas se fizermos o proforma, considerando todas as aquisições feitas nesses últimos oito meses, chegamos a uma receita líquida de R\$ 325.8, quase R\$ 326 milhões. Ou seja, em três meses, do final do ano até o fechamento do 1T de forma proforma, nós já crescemos 55%.

Nesse ponto é que falamos: ótimos resultados, excelentes, mas o que temos de realidade é muito melhor do que o que estamos vendo porque é uma empresa muito maior e muito melhor.

Nos destaques da direita, adicionamos uma série de novos produtos no nosso portfólio, aumentamos a diversificação da nossa oferta para os clientes, com isso alcançamos mais de 500 clientes no mercado, reduzimos bastante a concentração, que já era pequena, mas reduziu-se muito mais com essa maior oferta de produtos e serviços.

Aumentamos muito a relevância do modelo SaaS no nosso negócio, nosso modelo SaaS aumentou cinco vezes do ano passado até agora, o que fez com que atingíssemos esse nível bastante grande de receita recorrente, superior a 90%. E expandimos a margem limite, a margem limite que já é olhando os números proforma superior a 20%. Tudo isso que estou mostrando aqui, falando que somos muito maiores e muito melhores é só considerando o que já fizemos, os resultados do 1T consolidados e proforma, sendo que ainda temos muita coisa para fazer. Com certeza, ainda neste ano teremos outras aquisições, novos investimentos através das startups, através da estratégia de CVC.

Então, o que olhamos pela frente é muito, muito melhor do que o que olhamos como resultados do 1T e do que estamos reportando como números proforma também. Só quero deixar esta mensagem final: nos acompanhem nessa trajetória, só temos a realizar mais e melhor a partir de agora. Passarei a palavra de volta para a Gabi para entrarmos nas perguntas e respostas.

Rogério

Gostaria de parabenizar, em primeiro lugar, Bernardo, Luciano e toda a equipe pelos resultados. Gostaria de perguntar se existe a perspectiva de um novo follow-on a curto prazo para expandir a estratégia de M&A [Falha]

Thiago Rocha:

Obrigado, Rogério, pela pergunta. É um prazer falar com você. Sobre a perspectiva de um novo follow-on: a curtíssimo prazo, não, não existe essa perspectiva. Como eu disse, a nossa prioridade neste momento seria levantar dívida, fazer mais algumas aquisições e aí, quando tudo aquilo que estamos entregando estiver refletido no preço da ação, sim, podemos nos sentir motivados a fazer um novo follow-on.

Essa ideia não está descartada, ela só não é a prioridade neste momento. Mas como a nossa Companhia é uma companhia aquisitiva e tem muita oportunidade ainda de M&A pela frente, é possível que venhamos a falar sobre o follow-on, sim, um pouco mais à frente.

Gabriela Chiarini, SFA (via webcast):

Pessoal, excelente resultado. Podem falar mais das renovações como Plug e sobre as startups investidas?

Leo Monte:

Começarei pelas startups investidas. Nós, cada vez mais, estamos de olho em tudo o que está acontecendo, temos um ótimo processo de originação, como o Thiago mencionou, via Darwin, via Distrito, via os fundos nos quais somos quotistas e tantos outros com os quais mantemos, nutrimos um relacionamento, estamos muito próximos de todo esse ambiente, desse sistema de inovação.

E já temos ótimas opções mapeadas e, assim como o Bernardo comentou, pretendemos realizar os próximos investimentos já nos próximos meses, investimentos esses que trarão para a Sinqia grandes avanços tecnológicos, grandes avanços no quesito de produto. A intenção é, muito além do investimento financeiro, conseguir capturar os ativos, capturar as sinergias para as startups, mas também entregar isso para os nossos clientes através da capacidade que temos de distribuição.

Temos mais de 500 clientes, somados agora aos clientes da Simply, FEPWeb, um monte de clientes, então a ideia é que consigamos ser uma grande plataforma de distribuição de tecnologias inovadoras e também agregarmos novos serviços dentro do nosso portfólio. Em relação ao plug, tivemos alguns avanços, estamos ainda em um momento de *go to market* da plataforma.

Como comentei no call anterior, é um momento o qual estamos montando as alianças estratégicas, principalmente recheiar a plataforma de administradoras de quotas e também de fundos. Ainda não conseguimos reportar resultados, mas a partir do momento em que tivermos novidades, traremos aqui para partilhar com vocês. Muito obrigado pelas perguntas.

Gabriela Chiarini:

Como deve ser a evolução do P&D ao longo do ano em relação aos investimentos comerciais?

Thiago Rocha:

Obrigado mais uma vez, Gabriela. Com relação ao P&D, a nossa intenção em 2021 é dobrar os investimentos. Nós vimos realmente em uma escalada em investimentos em P&D. Neste 1T, vimos um avanço de 44%, mas existe um esforço grande aqui de montagem de times, contratação de pessoas e, com isso, esperamos dar ainda mais tração ao P&D ao longo do ano.

Temos várias frentes abertas tanto em bancos quanto em fundos quanto em previdência e consórcios, e a perspectiva é a de um aumento bastante relevante ao longo do ano, provavelmente uma escadinha que vai subir trimestre a trimestre, e chegará lá no último trimestre em um patamar bem maior do que vimos neste primeiro. Com relação a despesas de vendas, neste momento não temos nenhuma mudança relevante. Temos algumas despesas de vendas fixas com a nossa equipe comercial e outras de natureza mais variada, que são geralmente associadas a comissão.

Eu costumo brincar que a comissão é o único tipo de despesa de que o diretor financeiro gosta, então, para mim, quanto mais pagarmos comissão, melhor. Significa que a empresa está indo bem, significa que a empresa está vendendo. Mas isso é algo que depende bastante do volume de vendas no futuro.

O que posso dizer é que, neste início de ano, temos um pipeline comercial bastante bom, muito rico, com oportunidades, uma temperatura muito legal. Portanto esperamos que esse desempenho comercial, que foi muito bom durante os últimos trimestres, continue na mesma tocada.

Carlos Sequeira, BTG Pactual (via webcast)::

O crescimento da receita orgânica de software desacelerou no 1T21 versus o 4T20, com uma queda na receita de consórcio. O que causou essa desaceleração, por favor? Obrigado.

Thiago Rocha:

Carlos, obrigado pela pergunta, boa tarde. Vimos de um período com uma certa oscilação no crescimento orgânico, isso quando olhamos os números dos últimos doze meses. O desempenho, do ponto de vista de vendas, está sendo muito bom.

Do ponto de vista de reajuste contratual também está sendo muito bom, inclusive até favorecido pela inflação. Mas o desempenho pelo ponto de vista de churn teve algumas oscilações nos últimos trimestres em casos bastante concentrados. Um caso aconteceu no começo de 2020, mas como ele já saiu da base de últimos doze meses, deixamos de enxergar ele nessa última comparação, e o outro caso aconteceu mais no final do ano, foi um caso em consórcio, um cliente importante que deixou a nossa base e isso fez com que o crescimento orgânico estivesse mais próximo do patamar de 9%.

Investidores/Investors

Então, nosso objetivo é há algum tempo e continua sendo ter um crescimento orgânico de software na casa dos 15%, entendemos que o desempenho comercial é suficiente para alcançarmos esse patamar. Basta uma normalização do churn, que esperamos que aconteça para que o crescimento orgânico retorne a esse patamar de 15% que é onde ele deveria estar.

Pedro Pimenta (via webcast):

Existe alguma previsão de finalização dos investimentos para começarmos a enxergar maiores lucros?

Thiago Rocha:

Pedro, obrigado pela pergunta. Eu não sei exatamente a que investimentos você se referiu, mas em relação aos investimentos em P&D, infelizmente em empresa de tecnologia eles não acabam nunca. Mas brincadeira à parte, estamos em um momento de intensificação dos investimentos em P&D por causa de todas essas aquisições que foram feitas nos últimos anos.

Então, esperamos que esse patamar elevado de investimento continue no ano de 2021, provavelmente 2022, 2023 também, mas em algum tempo já teremos feito toda a conversão dos nossos softwares promovidos pelo SaaS, e a partir daí é um investimento muito mais de manutenção do que de evolução no sentido de tirar a plataforma do ponto A ao ponto B em termos de tecnologia.

Então, eu acredito que devemos ter aí pelo menos mais três anos de investimento em P&D acelerado, e com relação a lucro já começamos a ver neste 1T um aumento do lucro, ainda bastante discreto, mas a tendência é que isso aconteça, porque as empresas que compramos recentemente são muito lucrativas, elas têm margens altas, elas têm uma geração de caixa muito alta, então a nossa expectativa é que a partir de agora consigamos também enxergar alguma evolução do lucro, mesmo com o patamar mais elevado em P&D.

Gabriela, SFA Investimentos (via webcast):

Muito obrigado pessoal, se eu puder mais uma, podem falar da ideia da plataforma aberta de open banking? Parabéns mais uma vez pelo resultado.

Leo Monte:

Obrigado pela pergunta, Gabriela. Nós entendemos que o artefato open banking será uma grande mudança, uma grande transformação no mercado financeiro. Isso já aconteceu e já vem acontecendo em vários países, não vai ser diferente aqui no Brasil, obviamente com as particularidades e com os aspectos da nossa região, mas o que nós entendemos aqui é que cada vez mais essas empresas irão precisar se conectar a outras empresas, essa é a premissa básica do conceito do open banking, ou do open finance.

E quando olhamos para o Brasil, nós vemos uma intenção muito grande de o banco central sair só da questão dos bancos e caminhar para todas as outras verticais, vamos dizer assim, todos os outros sistemas que englobam o nosso sistema financeiro; estou falando de seguros, de investimentos, de câmbio. E quando olhamos para a Sinqia, a

única empresa no Brasil que tem isso consolidado, esse arcabouço tecnológico consolidado é a Sinqia.

Então, como nós olhamos para e entendemos a questão do incentivo que o banco central tem feito e priorizado, nós entendemos que era a hora de fomentar isso não só para dentro, mas também pegar uma plataforma que pudesse fazer essas conexões, entendendo que nós estamos construindo o nosso ecossistema através dos investimentos nós estamos padronizando, avançando nossos softwares para esse modelo Saas, o que acelera muito essa questão das APIs, e que nos privilegia em relação a esse novo momento.

Ou seja, com tudo isso, nós lançamos nosso Sandbox que agora ele começa a ser disponibilizada a clientes, disponibilizado ao mercado e a nossa intenção é que a Sinqia seja não só a principal fornecedora de tecnologia para o mercado, mas também a principal fomentadora das inovações que serão criadas a partir do open banking e para o open finance.

Thiago (via webcast):

Gostaria de saber (50:20 FALHA NO ÁUDIO) para o início do pagamento de dividendos. Obrigado.

Thiago Rocha:

Thiago, obrigado pela pergunta. Recentemente, na assembleia geral ordinária que foi realizada no fim de abril, aprovamos o pagamento de dividendos. O cronograma de pagamento dos dividendos está disponibilizado no aviso aos acionistas que fica no site da B3 e também no nosso site de RI.

Então, com relação aos dividendos referentes aos lucros de 2020, já temos essa previsão, sim, e ela foi divulgada no aviso.

Com relação a exercícios futuros, acho que isso vai depender bastante da evolução do lucro. Temos por política fazer a distribuição mínima legal, ou seja, 25% do nosso líquido ajustado, dado que a empresa prefere reter o caixa para aproveitar as oportunidades de aquisição.

Gabi:

Não havendo mais perguntas, gostaria de passar a palavra para o Bernardo para suas considerações finais. Bernardo, pode seguir.

Bernardo Gomes:

Obrigado, Gabi. Bem, obrigado, pessoal, eu gostaria de agradecer mais uma vez a participação de todos aqui na nossa teleconferência e deixar a nossa equipe à disposição caso vocês tenham mais alguma dúvida adicional. Muito obrigado a todos.

Gabi:

Obrigado. O Webcast resultados do 1T21 da Sinqia está encerrado, boa tarde.

Investidores/Investors

“Este documento é uma transcrição produzida pela MZ. A MZ faz o possível para garantir a qualidade (atual, precisa e completa) da transcrição. Entretanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais falhas, já que o texto depende da qualidade do áudio e da clareza discursiva dos palestrantes. Portanto, a MZ não se responsabiliza por eventuais danos ou prejuízos que possam surgir com o uso, acesso, segurança, manutenção, distribuição e/ou transmissão desta transcrição. Este documento é uma transcrição simples e não reflete nenhuma opinião de investimento da MZ. Todo o conteúdo deste documento é de responsabilidade total e exclusiva da empresa que realizou o evento transcrito pela MZ. Por favor, consulte o website de relações com investidor (e/ou institucional) da respectiva companhia para mais condições e termos importantes e específicos relacionados ao uso desta transcrição”